

一路生花“画”进清华

青岛17中2025届毕业生樊添畅考入清华大学美术学院 对绘画的热爱让他逆袭人生



樊添畅展示清华美院录取通知书。

一路奋进从低谷逆袭顶峰

樊添畅坦言自己的“追梦之路”并不平坦。“高一入学时,我的文化课成绩还不错,但是专业课成绩几乎是后几名,我的心里虽然着急,但也明白进步都是一点一点累积而成的,于是我每天晚上自习后都自己加练速写,终于在高二上学期时,我的专业课成绩上升到了中游水平。”樊添畅仍然没有放松,继续磨练自己的技能。再后来的集训中,他又取得了一些进步。在清华美院校考集训中,他的成绩有了很大的提高。同时,他也没有放松文化课的学习,将自己的优势保持好。“虽然说人生不能用一句话总结,但是我还是很喜欢一句话,叫做目标是成功的一半。有了目标后,人就会有内驱力,有不竭的动力提升自己,我为了自己的目标努力着,十分幸福。”后来,樊添畅终于逆袭成功,“确认自己被清华美院录取那一刻,我心情有激动有平静,喜悦的是终于能走进梦中的象牙塔,心安的是自己的努力和付出有了回报,没有让自己的青春有遗憾。”对于即将到来的大学生活,樊添畅没有太多的规划,只是希望自己能不负这座底蕴深厚的学府,有所造诣。

青岛早报/观海
新闻记者 王彤
摄影报道



扫码观看相关视频
拍摄 记者 王彤

对绘画的热爱从不枯竭

“我对绘画的热爱是从孩提时开始的,听妈妈说,小时候的我就爱到处涂鸦,有时候画起画来能专注很长时间。长大后,妈妈也带我接触了很多有关美术的东西。直到2015年,妈妈为我请了一位美术老师,他不仅教会了我所有技法,还教给我要有想象力以及大胆表达自己的艺术理解,这为我的艺术之路奠定了良好的基础。”樊添畅告诉记者,除了不断磨练画技外,自己还喜欢画一些其他

的东西。“我特别喜欢画漫画,尤其是美漫风格的,可能因为我从小看了很多《蝙蝠侠》《蜘蛛侠》《美国队长》等的动画片,从喜欢看变成了喜欢画,在这个过程中也磨练了‘笔杆子’,同时还让自己更有创造力、笔下更鲜活。”樊添畅说。

高中时期,樊添畅还参加过教育部组织的绘画比赛,作品被选入到了优秀作品集中,“我对于绘画的热爱是一如既往的,即使它变成了一件为了上学而必须干的事,我也丝毫没有减少这份热爱,反而觉得画画是每天生活中我比较期待的一部分。”

保持天马行空的想象力

樊添畅告诉记者,清华美院一直是他的目标院校之一,考试时的场景至今历历在目。“考试题目之一是画椭圆鱼缸,要用水粉或水彩着重表现金鱼、水草、假山、石头、动态感,还要以色彩表现光影,质感(材质)写实画法,构图合理,色彩关系协调,画面完整。我为了不偏题,没有加入很多复杂的元素,而是注重以背景来进行一定程度的烘托。另一道考题是风中瞬间,要用炭笔或铅笔,写实表达,要求质感清晰,构图合理,雕塑动态比例协调,画面完整。画的是盖着布的经典雕像,来了一阵风把布吹起来露出一半。这些考题比较考验考生自己的构思,要有一定的创新点。”樊添畅表示。

樊添畅认为,清华美院的招生很看重学生的综合素养,除了过硬的基本功外,创新和创意必不可少,而自己从学画以来,就一直保持了一份天马行空的想象力,敢于大胆尝试,这与清华大学的理念有一定程度上的契合。

国有企业工会典型人物宣传策略研究

李虹 山东港口青岛港集团邮轮港开发公司

在新时代的国有企业发展中,工会组织是联系职工的重要纽带,承担着重要的业务职能和政治责任,对维护职工权益、提升福祉、挖掘和培养优秀人才发挥着十分积极的作用。尤其在典型人物的宣传工作中,国有企业工会也是核心参与者,发挥弘扬劳模精神、工匠精神的重要作用,这直接关系到企业的凝聚力和主流价值引领能力。面对复杂的企业发展环境和传播氛围,国有企业工会组织要正确面对传统宣传模式的局限性,结合实际工作突破固有范式,实现典型人物宣传工作的重构与创新,让典型人物宣传引领国有企业的政工工作。

一、国企典型人物宣传的深远价值

国有企业工会组织开展典型人物的宣传,其价值并不仅仅是信息的传递和内部的个人激励那么简单,更是影响企业宏观战略和管理模式升级的重要举措,也深深地嵌入到了国家经济发展与企业治理改革的宏大图景中。从国企工会的角度出发,做好典型人物的宣传工作,具有以下几项关键的价值:

典型人物宣传是企业文化建设的重要内容。在国有企业的政工工作中,典型人物被看作是国有企业优秀文化的代表,工会组织密切联系一线,通过劳动竞赛、生产创新等多种渠道挖掘出优秀的职工代表,能够将抽象的企业文化转化为便于感知的具体形象,在日常工作中形成学习的榜样,在员工心目中留下更加深刻的印象,增强企业职工对文化的认同感和归属感,筑牢国有企业可持

续发展的思想根基。

做好典型人物宣传能够带动职工的创新积极性。对企业职工来说,通过挖掘和报道典型人物,能够构建出“比学赶超”的工作氛围,以老员工带动新员工,充分发挥出企业职工的创新积极性。要让全体员工都意识到每一个人都可以成为国有企业的优秀员工,塑造出不同的工匠品牌和人物形象,此举不仅可以提升队伍整体素质与战斗力,更能够为企业高质量发展注入不竭的人力资本活力。

典型人物宣传工作也是经济发展战略的微观支撑。在当前制造强国和质量强国的国家战略背景下,典型人物往往是一个产业或行业的代表,是创新和先进的代名词,他们所承载的精益求精、一丝不苟、追求卓越和执着专注的精神,对产业升级、突破瓶颈能够带来宝贵的精神动力和技术支撑。宣传典型人物是国家战略在基层国有企业工会工作中的微观呈现,对政工人员来说,是一项重要的研究课题。

由此可见,对国有企业工会组织来说,创新典型人物的宣传工作,是工会组织本身的政治性、先进性和群众性要求,也是新时代赋予的新使命、新目标,是国有企业选树优秀代表和宣传企业形象的重要手段,也是带动职工精神成长的必要路径。

二、国有企业工会典型人物宣传的创新路径

重塑典型宣传理念,凸显工会工作的深刻性。在工会工作中,典型人物的

挖掘宣传要重新树立真实的工作理念,摒弃“造神”思维,寻求人物的真实侧面,从工作和生活的实际出发,展现典型人物的多面特征,将工作的挫折与突破、家庭与事业的兼顾、业务能力的提升、个人思想的转变等,有所侧重地体现在宣传中,让人物宣传在形象上更接地气、丰满立体。对工会工作人员来说,要兼听则明,塑造真实、全面、完整的素材挖掘理念,从典型人物的立体呈现角度整理素材,寻求宣传效果的突破,让广大企业职工看到典型人物真实的一面。

聚焦时代脉络,彰显典型人物的多重价值。国有企业工会的宣传视角,应该围绕国家的战略方向和企业发展的根本目标,既要在政治上提高站位,弘扬主流价值观,留下深刻的时代烙印,更应该深入剖析产业升级的内在诉求,结合国有企业在技术升级、安全生产、提质增效、数字化转型、模式优化等方面的突出成果,深入挖掘在各项业务线上的优秀人才、典型人物,赋予他们多维的价值,在宣传工作中体现鲜明的创新价值与战略高度,让典型人物宣传发挥出更加多元的价值。

深耕内容创新,激发情感层面的共鸣。在传统的工会宣传叙事逻辑中,事迹堆砌是常用的手法,但新媒体时代的典型人物宣传需要满足受众尤其是国企员工的多元化需求,运用专业的叙事手法,紧密结合新媒体传播的悬念配置、冲突制造、转场设计等,让典型人物宣传报道更有感染力和视觉冲击力,在内容层面,要抓住人物细腻的内心情感变化,用真实的场景记录、对话、独白

等,结合网络化的语言风格和逻辑思维,通过讲述典型人物的平凡故事,让“故事”本身来说话、表达,呈现出不同典型人物的特殊一面。

创新传播渠道,强化典型人物宣传的互动体验。国有企业工会组织应该加强新媒体传播矩阵的打造,整合线上线下及企业内部宣传资源,构建专业的新媒体宣传团队,打造立体化的宣传网络。同时,在宣传载体上,既要做好传统文图的内容创作,还要积极适应短视频等社交媒体的传播需求,打造典型人物宣传的多元化传播作品,确保精准的全媒体宣传和丰富的社群互动。为了提高企业员工的积极性,工会组织可以发动典型人物和创新案例的征集活动,以文字、图片、动画、短视频等方式,创作宣传作品,走近国有企业的劳动模范、工人先锋、优秀党员和职工代表,强化全体员工的深度参与和共创。

三、结束语

国有企业工会的典型人物宣传工作,绝非简单的信息传递,而是一项关乎思想引领、文化铸魂、队伍锻造的战略工程。只有国有企业工会组织深刻洞察时代、社会、企业的变化以及职工的需求,突破工会宣传工作的传统思维和路径依赖,以真实、创新、亲和、网络、互动为核心价值引导,才能为国有企业的典型人物宣传提供核心动力,塑造出立得住、叫得响、传得开、学得来的新时代榜样,为全体员工带来更丰富强劲的精神力量,为国有企业在新征程上的改革创新提供磅礴的精神伟力。